媒体融合背景下构建“互联网 +”传媒经济新生态的策略

摘　要：随着互联网技术的发展，“互联网 + 行业”逐渐成为新的经济增长点，将互联网与传媒经济深度融合是推进传媒产业转型升级的重要途径。本文分析了“互联网 +”对传媒经济的影响，明确了“碎片化”“个性化”“注意力经济”是互联网经济下影响传媒经济发展的重要因素，结合用户需求和传媒产业发展实际情况客观地分析了传媒经济的发展趋势，为构建传媒经济新生态奠定了基础。坚持注意力经济为核心，打造满足市场碎片化需求的内容，满足用户个性需求；构建适应碎片化发展的矩阵传播模式，适应用户多元需求；实现大数据精准分析，增强市场把控能力，营造传媒经济新生态，大力发展传媒“眼球经济”。

关键词：“互联网 +”；传媒经济；注意力经济；个性化
中图分类号：TP3　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2019）10-037-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.10.009

文 / 毛卫昌

随着互联网技术的发展，“互联网 +”逐渐成为助推经济发展的重要因素。2014 年 11 月，李克强总理在全国首届互联网大会中强调：“互联网是当前社会经济发展新载体，是大众创业、万众创新的新工具”。在同年政府工作报告中“大众创业、万众创新”也被作为新时期中国经济升级转型的重要动力[1]。互联网发展直接推动了工业、农业、服务业和金融等行业转型升级，逐渐成为经济发展新的增长点。互联网影响下，注意力经济逐渐成为传媒经济重要的影响因素，改变着传媒经济发展生态。重视传媒经济发展趋势，把握注意力经济影响因素是传媒产业升级转型的重要方向。因此，积极加快互联网背景下传媒产业升级转型，把握传媒经济发展趋势，构建新型传媒经济发展生态是推进传媒产业持续发展的重要因素。

1.“互联网 +”对传媒经济的影响

传统传媒经济主要包含报业、广播电视和期刊杂志等三种经济形态，是一种典型的线下经济模式。随着互联网技术的运用和发展，传媒经济智能化推动了线上线下两种经济形态。尤其是 4G 网络和智能手机的全面普及，线上经济带动线下经济发展成为传媒经济发展的重要模式。同时，在“互联网 +”影响下，传媒经济生态环境发生了巨大的变化，主要体现在以下三个方面：

1.1“碎片化”成为传媒经济生态的重要影响因素

数字技术、网络技术和数据挖掘技术大大强化了受众个体的信息处理能力，碎片化发展趋势不仅是受众群体细分所呈现出的碎片化现象，受众信息需求也呈现出个性化需求趋势，整个网络传播大环境无时无刻不彰显着碎片化语境。碎片化语境中，传媒经济生态主要表现在传播渠道、传播内容和传播受众碎片化三个层面。传播渠道碎片化是传媒经济发展重要的渠道影响因素。全国第 42 次互联网网络发展现状统计报告显示：截止到 2018 年，我国 IPV5 地址数量为 3.89 亿，域名总数 2360 万个，其中以“.cn”“.com”的域名总数年增长在 4.7% 左右。中国的网站数量已经超过了 676 万个，年增长 4.8%[2]。网站、移动 APP 成为传媒产业信息传播的主要路径，直接推进传媒经济生态碎片化发展；传播内容碎片化是传媒经济的内容表现形式。智媒体时代，人人都可以是传播内容主体，微信、微博、直播等都是新的传播路径。多元化路径下，传播内容、信息获取呈现多样化发展趋势；传播受众碎片化是传媒经济的主要载体。随着人们阅读习惯的改变，传媒经济主体接受习惯发生了巨大变化，短时间、快速阅读成为传媒内容阅读主要趋势。依托移动 APP 完成网上资源获取是传播受众当前最直接的表现形式。

1.2“个性化”受众成为传媒经济需求的主要群体

随着传媒经济受众需求的变化，主流媒体“两微一端”新媒体渠道逐渐形成，目的在于满足个性化受众最根本的需求。传媒经济受众个性化主要表现在以下几个层面：（1）阅读时间个性化。据易观产业网统计：互联网背景下人们接受信息的时间主要集中在 5 分钟左右[3]。阅读时间和阅读注意力密切关联，传统传媒产业营销内容已经无法满足阅读受众短时间的阅读信息需求，个性化时间需求将直接改变传媒经济内容的营销模式；（2）阅读内容个性化。传统文字内容已经无法满足受众阅读的根本需求，内容需求时空融合、视听结合成为受众需求的根本目标。以阅读时间为前提，以“双通道编码理论”为基础，打造短时间人类认知语言和非语言认知系统信息才能不断满足信息受众的根本需求；（3）信息交互个

性化。传播信息事实性与意见性交互进行，直观信息交互发展与用户意见反馈双向交互，影响着传媒经济发展生态环境。

1.3“注意力”经济是传媒经济持续发展的方向

诺贝尔奖获得者赫伯特·西蒙说：“随着信息的发展，有价值的不是信息，而是注意力。[4]”我们的日常生活被各种各样的社交媒体新占据，媒体用户注意力被分散，只有吸引用户注意力才是媒体经济持续发展之道。通俗来讲，注意力经济就是“眼球经济”，最大限度地吸引阅读受众眼球是传媒产业发展和营销的重要方向，更新产品内容，将受众培养成自己的忠实用户是媒体经济持续发展的重要方向。未来，短视频、微综艺、竖屏剧、有声书将成为未来媒体经济把握注意力的重要载体。短视频和微综艺以内容短小、信息量充足和节奏明快为特征，有助于传播内容精细化、内涵化发展。竖屏剧创造了手机竖屏模式下阅读信息的全新体验，符合信息获取受众轻松化、快节奏的生活模式。有声书打破了传统阅读模式，成为 IP 生态圈的新拼图。“耳朵经济”将成为获取受众注意力的重要途径。

2.“互联网 +”背景下传媒经济发展的趋势

互联网背景下，“碎片化”是传媒经济发展中最显著的特点，只有整合“碎片”、把握用户注意力才能推进传媒经济持续发展，才能进一步明确传媒经济新生态的融合发展路径。

2.1 产业发展特色化转型是发展的主要趋势

媒体产业经济特色化是在众多互联网产品背景下获取用户注意力的前提。互联网技术的发展逐渐打破了传媒产业区域化格局，用户共享成为互联网经济最突出的特点，获取用户注意力必须实现产业特色化发展，打造独家媒体传播特色，构筑媒体传播核心竞争力，才能在碎片化渠道、个性化需求环境下获取用户注意力，吸引用户眼球。因此，以产业经济发展为特色，打造特色产业发展传播模式是互联网经济下媒体经济发展的重要趋势和核心内容，将信息受众根本需求和产业发展现状深度融合，打造独具产业特色的综合发展之路是传媒经济自我发展的主要方向。例如人民日报《中国 24 小时》系列微视频，打造独具特色的微视频传播模式，将用户需求与个性特色深度融合，增强信息传播能力，把握用户注意力。中国经济网采用“5G+6K 全景”融媒体技术手段，将实时传播与信息传播，改变了传统产业传播模式，打造用户“视听”传播效应，迎合用户根本需求。

2.2 智媒体矩阵传播是渠道发展的主要途径

从 2019 年两会媒体智媒体技术运用现状来看，AI 合成女主播突破了 AI 虚拟人物刻板的形象，确保了合成人物形象画质感；5G 技术与 VR 技术双向发力，凸显现场震撼画面。5G 网络全覆盖首次出现在报道现场，4K 超高清信号助力媒体报道。“5G+6K 全景”融媒体技术手段，打造全方位视听效应，将传统的信息阅读体验提升到“现场阅读”。“VR+AR”信息传播，打造现场实体景观三维动画。智媒技术在传媒领域逐渐深化，从不同层面满足用户信息获取需求。传媒经济形式下，以智媒体技术为基础的智媒矩阵将成为碎片化时代注意力把握的重要趋势。各类媒体账号、平台和自主 APP 都将成为智媒矩阵的重要组成部分，打造全线智媒体矩阵成为未来媒体经济发展的必然趋势。

2.3 经济数据化是媒体融合的必然趋势

智媒技术、数据信息是“互联网 + 经济”最突出的表现，发展数字经济是传媒经济发展的必然趋势。大数据背景下传媒经济从“内容 +”转向“数据 +”，数据决定了经济的走向。随着互联网技术的发展，以 5G 网络技术为支撑的媒体传播技术逐渐成熟，在信息受众需求驱使下，大数据技术与传媒经济发展融合成为必然趋势。其一，大数据可以整合碎片化时代用户需求。大数据分析综合取代以内容传播为主线的经济发展模式是满足用户需求的根本途径，坚持以“人学”为中心，打造适应信息受众需求的传播内容，获取稳定客户；其二，大数据可以整合市场传播需求。以数据挖掘技术为中心，围绕市场传播矩阵现状，挖掘适应用户需求的传播路径，营造传媒经济发展生态。例如：目前世界上著名的图书出版商阿歇特（Hachette Book Group）、西蒙·舒斯特（Simon & Schuster）等共同筹建了以图书出版为中心的数据库——图书挖掘工具，专门聘请专业的数据分析人才，实现“万亿计算”。未来数据库中运行的目的是通过图书导航实现图书需求精准定位，满足读者的数字需求。

3.“互联网 +”视域下构建传媒经济新生态的策略

“碎片化”和“注意力”是互联网对于传媒经济发展最显著的影响因素，多元化信息产出和个性化用户需求需要传媒产业在发展中摆脱传播“内容”的限制，重视“人学”在经济发展中的重要性，把握互联网背景下传媒经济发展的趋势，打造独具特色的传播内容，构建智媒体传播矩阵，实现大数据精准发展的目的，构建传媒经济新生态。

3.1 以独家传播载体满足用户需求

“互联网+”背景下，要想确保传媒产业在“万众发展”中把握用户注意力，实现持续发展的目的，必须打造适应媒体传播特色产业，才能确保产业发展中有创新、有动力。从 2019 年两会可以看出，以智媒技术为中心的媒体传播创新途径成为传媒产业发展的重要趋势。各家媒体在发展传媒经济道路上必须结合自身实际情况，综合运用现代技术，推出独具特色的传播主体和内容，才能实现特色传播的目的。首先，以媒体影响力为中心打造独家传播平台。建立媒体传播 APP，积极推行市场营销之路，获取市场关注，将媒体传播特色与独家传播关注流量深度融合，实现传媒信息传播 APP、公众号多种独

家传播载体共同发展；其次，打造以智媒体为中心的产业发展路径。从2015年智媒体技术首次亮相到2019年“两会”中形成了多种智媒技术综合运用的格局。坚持智媒技术常态化传播运行，把握传媒信息传播模式与社会受众需求深度融合是传媒经济持续发展的重要保障。因此，传媒产业在发展中必须打破传统平面信息传播格局，实现多维立体深度融合发展的目标，才能推进传媒产业持续发展；最后，构建独家信息媒体流量。流量是信息化时代最突出的产物，流量决定了经济发展程度，重视流量用户在发展中的作用，把握以网站、APP和三方合作等多种模式合作关系，获取用户流量，为传媒经济发展积淀更多的用户流量。通过独家特色传播载体打造，强化媒体信息宣传阵地建设、引导传媒经济持续发展是传媒产业创新发展的重要途径。

3.2 用智媒融合矩阵传播覆盖市场

随着智媒体技术的发展，构建智媒体传媒信息传播矩阵是传媒产业满足市场碎片化、把握用户注意力的重要方式，通过智媒体技术与新媒体深度融合，打造全方位、综合性的矩阵传播模式是当前传媒经济持续发展的重要保障。5G通信技术逐渐推广，流量速度与传播速度明显加快，构建智媒传播矩阵是满足海量信息需求和快速信息获取的重要模式。首先，加快构建智媒体传播矩阵。以智媒技术为支撑，将传媒信息采编、编辑和审核深度融合，运用技术推动内容组建新模式成为发展主流。多屏化叠加，编织媒体网络，实施反复影响和传播，加大传媒产业对以信息获取受众的影响；其次，打造智媒体传播内容体系。智媒体技术支撑下，传媒信息内容生产、需求环境发生了巨大的变化。传媒产业必须重视传播内容层次化发展，结合传媒受众需求打造“视听经济”，将传播渠道、阅读受众需求和传播内容深度融合，才能确保阅读受众的根本需求。最后，探索差异化智媒传播体系。信息化时代，传播渠道、传播内容复制性较强，打造差异化智媒传播体系是把握媒体受众注意力的重要体现，明确市场传播体系现状，逐步探索新的传播内容体系是传媒产业传播体系守正创新的根本之道。将媒体信息的传播与导向结合起来，形成差异化的新闻信息采编、制作和发布路径，才能推动新闻传播在智媒体矩阵传播中创新发展。

3.3 借助大数据营造精准经济生态圈

精准化营销是大数据背景下整合“碎片化”市场、精准把握用户注意力的重要手段。大数据技术、互联网技术与传媒产业数字化发展为大数据精准营销提供了方向，重视大数据在传媒信息传播中的运用是满足新时期受众对信息根本需求的重要手段。首先，强调大数据在受众阅读需求中的运用分析。将用户需求和大数据分析深度融合，实现传媒信息定制化发展。整合互联网后台运行数据，挖掘网络数据文本信息，通过数据分析明确用户根本需求。将用户流量停留时间、需求方向和内容需求模式等数据结合起来，实现阅读受众数据分析，推动传媒信息精准化管理，进一步促进传媒产业适应社会大众需求，营造精准的经济发展生态圈；其次，打造媒体传播路径精准化格局。整合媒体传播数据，实现媒体信息差异化传播。重视新媒体信息传播的类型、流量分析，重视信息传播导向与数据发展模式，挖掘用户流量、需求价值和传播渠道之间的关系，实现精准传播；最后，精准定位跨界传播途径。根据媒体平台用户特征数据，打造全方位深度服务。整合媒体合作三方平台数据，在增强三方合作的同时保障用户需求信息画像，明确三方平台媒体信息传播效果，实现深度合作，增强传媒产业影响力。

结语

总的来讲，“互联网+”背景下，“碎片化”是影响传媒经济发展的重要因素，把握用户注意力才是传媒经济持续发展之道。为了实现传媒产业持续发展的目标，传媒经济在发展中必须以现代技术为基础，把握用户需求，整合市场媒体传播路径，打造独家传播模式与智媒体传播矩阵的深度融合模式，实现信息传播“全覆盖”。同时，借助大数据分析，打造精准营销格局，着力构建传媒经济新的生态圈。媒

参考文献

[1] 田莺．数据化、智能化：互联网“下半场”的逻辑与进路——2017中国传媒经济与管理年会综述[J]. 新闻界，2018（3）：88-93.

[2] 杭敏，周长城．竞合与博弈：数字时代的传媒经济与传媒管理——第十二届世界传媒经济大会的议题与启示[J]. 新闻与写作，2019，419（5）：38-44.

[3] 何少华．“互联网+”时代传媒业融合发展的哲学思考[J]. 出版广角，2015（14）：8-11.

[4] 崔保国，郑维雄，何丹嵋．数字经济时代的传媒产业创新发展[J]. 新闻战线，2018（11）：73-78.

（作者单位：新华报业传媒集团）